

Kundenmonitor Österreich 2009: Optiker und Lebensmittelmärkte gewinnen, Finanzinstitute verlieren im Serviceklima



19. November 2009 – Die Ergebnisse des Kundenmonitor Österreich 2009 zeigen ein recht differenziertes Bild vom Serviceklima in Österreich auf: Spitzenreiter im Kundenzufriedenheitsvergleich 2009 sind wie im Vorjahr die Optiker. Sie tragen mit 83,5 Prozent überzeugten Kunden (äußerst oder sehr zufriedene Kunden), gefolgt vom Lebensmitteleinzelhandel (70,1 Prozent), im steigenden Maße zur Zufriedenheit der Verbraucher in Österreich bei. Bei Bau- und Heimwerkermärkten ist dagegen nur weniger als die Hälfte der Kundschaft (45,7 Prozent) äußerst oder sehr zufrieden, bei der Briefpost sogar nur ein gutes Drittel (39,2 Prozent). Speziell bei Bankkunden sinkt die Zufriedenheit signifikant zum Vorjahr.

Für den Kundenmonitor Österreich 2009 wurden im Herbst 4.805 Verbraucher zu ihrer Kundenbeziehung mit Anbietern aus dem Handels- und Dienstleistungsbereich befragt. Zur Analyse liegen insgesamt 16.054 Einzelbewertungen vor und nahezu 50 Unternehmen aus elf Branchen müssen sich einem Anbietervergleich stellen. Die Studie wird herausgegeben vom Marktforschungsunternehmen KundenMonitor AG. Mit dem Forschungspartner ServiceBarometer AG, der den branchenübergreifenden Kundenmonitor seit 18 Jahren in Deutschland durchführt, wird die Kundenorientierung von österreichischen Unternehmen seit 2008 messbar gemacht.

In der Krise wird Service honoriert, solange er bezahlbar bleibt

Einzelnen Unternehmen gelingt es, sich gegenüber ihren Kunden als Einser-Schüler zu präsentieren: Berechnet man über die Ausprägungen äußerst zufrieden (=1), sehr zufrieden (=2), zufrieden (=3), weniger zufrieden (=4) oder unzufrieden (=5) den Mittelwert der Globalzufriedenheit, so setzen Fielmann mit 1,74 bei den Optikern, bob mit 1,92 bei den Mobilfunkanbietern, Hofer mit 1,95 bei den Lebensmittelmärkten und NIKI mit 1,95 bei den Fluggesellschaften die Bestmarken der Kundenzufriedenheit im Kundenmonitor Österreich 2009.

Für diese Unternehmen haben österreichische Verbraucher auch deshalb den Spitzenplatz vergeben, weil es ihnen gelingt, ähnliche Bestmarken beim Preis-Leistungs-Verhältnis zu erzielen. „Als zentrale Erkenntnis in Krisenzeiten gilt wohl: Top-Service verliert als Wettbewerbsvorteil an Zugkraft, wenn er auf Kosten des für

den Kunden bedeutenden Preis-Leistungs-Verhältnisses geht“, kommentiert Studienleiter Dr. Frank Dornach dieses Ergebnis. „Wir decken sowohl Unternehmen mit deutlichem Nachholbedarf in der Kundenfreundlichkeit auf, als auch solche, die es in dieser Zeit versäumt haben, ihr Servicemanagement mit wettbewerbsfähigen Preisen in Einklang zu bringen.“

Lokale Fachgeschäfte punkten gegen große Ketten

In der Branche Elektromärkte gehen als Sieger des diesjährigen Anbietervergleiches die lokalen Fachgeschäfte hervor. Mit einer Zufriedenheitsnote von 2,00 heben sie sich deutlich von den großen Filialisten und damit zum Branchendurchschnitt mit 2,44 ab. Vor allen Dingen bei der Verfügbarkeit von Ansprechpartnern, der Freundlichkeit der Mitarbeiter und der fachlichen Beratung können kleine Fachgeschäfte gegen die Filialisten punkten.

Große Unterschiede in der Zufriedenheit von Stadt- und Landbevölkerung

Bemerkenswert ist der Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Wohnort der Verbraucher: Tendenziell kann gesagt werden, dass mit der Größe des Wohnorts auch die Zufriedenheit der Verbraucher mit den jeweiligen Anbietern abnimmt. Besonders kritisch gegenüber ihren Stammgeschäften oder -filialen sind dabei die Wiener Kunden: In der Branche Banken und Sparkassen beispielsweise sind nur 49,3 Prozent der Hauptstädter äußerst oder sehr zufrieden mit ihrem Geldinstitut – im Durchschnitt sind dies in dieser Branche 57,0 Prozent. „Im Detail ist dies auf eine kritischere Wahrnehmung der persönlichen Betreuung sowie der fachlichen Beratung zurückzuführen und beides schlägt sich dann deutlich in einer um 5 Prozent höheren Kündigungsabsicht der Wiener Bankkunden nieder“, so Dr. Frank Dornach.

Stärken ...

Der Kundenmonitor Österreich untersucht nicht nur die allgemeine Stimmung der Kunden, sondern auch das Abschneiden der Unternehmen in verschiedenen Servicedisziplinen.

Als besonders freundlich bewerten die Kunden zu rund 80 Prozent die Mitarbeiter von Banken und Sparkassen und ordnen diese Branche damit zusammen mit den Optikern in die Spitzenklasse der Freundlichkeit ein.

Auch bei der Frage nach der fachlichen Beratung liegen die Optiker als Zufriedenheitschampions mit 85,7 Prozent überzeugter Kunden wieder vorne. Es folgen Mobilfunkshops, Heimtierfachmärkte und Lebensmittelmärkte (alle über 50 Prozent), die sich bei diesem Leistungsmerkmal im Mittelfeld bewegen.

Die bei der Globalzufriedenheit eher im hinteren Feld liegenden Elektromärkte schaffen es, ihre Kunden bei zusätzlichen Serviceleistungen wie Entsorgung von Altgeräten oder Liefer- und Installationsservice zu weiten Teilen zu überzeugen.

... und Schwächen im Service

Eine auffallend große Enttäuschung bei Kunden ist bei der Verfügbarkeit von Ansprechpartnern in Bau- und Heimwerkermärkten (46,6%) sowie in Elektromärkten (38,9%) ebenso wie bei den Wartezeiten in Mobilfunkshops (33,8%) beobachtbar. Auch führen die Öffnungszeiten und Warteschleifen am Telefon bei Banken und Sparkassen bei jedem fünften Kunden zur Enttäuschung.

Die Ergebnisse zeigen eine Branche mit besonderem Nachholbedarf in Sachen Qualität und Zuverlässigkeit auf: Im Herbst 2009 hatte jeder fünfte befragte Kunde innerhalb der letzten zwölf Monate eine Reklamation oder Beschwerde bei seinem Internetanbieter. Auch in der Abwicklung der Reklamation können die Anbieter ihre Kunden nicht überzeugen: Gut 40 Prozent der Befragten geben an, weniger zufrieden oder unzufrieden mit der Reaktion ihres Anbieters im Beschwerdefall gewesen zu sein.

Weitere Informationen:

KundenMonitor AG
Dr. Frank Dornach
E-Mail: frank.dornach@kundenmonitor.eu

KundenMonitor AG

KundenMonitor AG ist ein europaweit tätiges Institut für Marktforschung. Forschungsschwerpunkt ist die Analyse und Messung von Kundenzufriedenheit und Kundentreue sowie die strategische Beratung im Kunden- und Servicemanagement (www.kundenmonitor.at). Als Herausgeber für den Kundenmonitor Österreich und Schweiz liefert KundenMonitor AG verlässliche Vergleichswerte zur Kundenorientierung von Unternehmen.

ServiceBarometer AG

Das Forscherteam von *ServiceBarometer AG* unterhält mit dem Kundenmonitor Deutschland die umfassendste Benchmarkingdatenbank zur Kundenzufriedenheit mit Daten zu 18 Jahren und mehr als 80 Branchen. Für den Kundenmonitor Österreich wurde das langjährig erprobte Design des Kundenmonitor Deutschland an die Gegebenheiten des österreichischen Marktes angepasst (www.servicebarometer.de).